



Guía Docente

Workshop Moda y Comunicación

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2026-27

Los *workshops* son actividades formativas que el/la estudiante puede escoger entre una amplia oferta presentada por la Escuela cada curso académico. Su metodología es eminentemente **práctica** y se organizan en **grupos reducidos**.

Esta guía docente es susceptible de ser modificada por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Descriptor
Este *workshop* está diseñado para estudiantes apasionados/as por la estrategia, la comunicación y las relaciones públicas que caracterizan a la industria de la moda. Se obtendrá una visión integral de cómo la comunicación impulsa la industria de la moda y cómo poder aplicar las habilidades en el campo de la Publicidad y las Relaciones Públicas para destacar en este sector tan apasionante.

Contenido
Tema 1: La Importancia de la Comunicación en la Industria de la Moda
 ✓ Cómo las marcas de moda utilizan estrategias de comunicación para transmitir su identidad, conectar con su audiencia y crear tendencias.
 ✓ Tendencias y Estilos Actuales: cómo se comunican a través de diferentes plataformas, desde las pasarelas hasta las redes sociales.
 Tema 2: El Rol de la Publicidad y las Relaciones Públicas
 ✓ Cómo la publicidad y las relaciones públicas moldean la percepción de las marcas de moda, gestionan crisis y fomentan la lealtad del cliente.
 ✓ Creatividad y colaboración entre diseñadores, publicistas, relaciones públicas y otros profesionales en la industria para crear campañas exitosas y auténticas.

Sistema de Evaluación
EVALUACIÓN
 • La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.
 • La puntuación mínima para superar cualquier *workshop* es un 5,00. Solamente los *workshops* superados son susceptibles de reconocimiento.
 • Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.

Para el adecuado desarrollo de la evaluación, **el/la estudiante**

SE COMPROMETE:

- **A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado.**
- **A la autoría de sus trabajos y ejercicios.**
*Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de **cero** y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.*



El/la docente tiene potestad para requerir al alumnado la defensa oral de cualquier elemento de evaluación para superarlo (por ejemplo, en caso de sospecha de uso indebido de la IA).

- **A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado.** Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- **A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.**
- **A realizar toda entrega dentro del plazo establecido y exclusivamente a través de Moodle.**
- **A comunicarse con el/la docente exclusivamente:**
 - **Vía Moodle.**
 - **Personalmente en el aula.**

EVALUACIÓN CONTINUADA

Considerando la naturaleza eminentemente práctica y el aprendizaje gradual propio de las actividades realizadas en los *Workshops*, **no se contemplan ni la modalidad de evaluación única ni tampoco la reevaluación.**

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR PONDERADO
Clases magistrales (obligatorias)	Es condición imprescindible para el correcto desarrollo de la actividad la asistencia a la totalidad de las sesiones y realizar aportaciones pertinentes y significativas. En caso de incumplimiento, solo se contemplará la excepcionalidad de la norma para ausencias inferiores al 20% de las sesiones programadas. Las faltas de asistencia no son susceptibles de ser justificadas.	Apto/ No apto* * <i>No apto</i> implica la calificación 0,00 para este <i>workshop</i> .
Actividad formativa individual	El/la estudiante deberá analizar estudios de casos reales de campañas de moda exitosas y participar en debates sobre ética, diversidad e inclusión en la comunicación de moda. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	Los equipos desarrollaran una campaña de comunicación integral para una marca de moda ficticia o real. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

Consultar el material del *workshop*.